

ارتقای ظرفیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران: تحلیلی بر ابزارهای خط‌مشی‌گذاری ملی گردشگری

حسن دانایی فرد*
سید داریوش جاوید**
علی اصغر فانی***

چکیده

هدف از این پژوهش شناسایی ابزارهای خط‌مشی‌گذاری برای اجرای خط‌مشی ملی گردشگری در ایران است. این پژوهش با درک نقش و اهمیت گردشگری در تولید ناخالص ملی در پی یافتن پاسخ مناسب به این سوال است که با چه ابزارهایی می‌توان خط‌مشی گردشگری را اجرا کرد. به این منظور برای یافتن این پاسخ از رویکرد پژوهشی ترکیبی (کیفی - کمی) با رویکرد اکتشافی در گردآوری داده‌ها به منظور دست‌یابی به ابزارهای خط‌مشی گردشگری استفاده شده است. با توجه به مؤلفه‌های شناسایی شده در این پژوهش می‌توان نتیجه گرفت، شناسایی ابزارهای خط‌مشی گردشگری به منزله راه‌کاری است که دولت‌ها به بهره‌گیری از آن می‌توانند موجب رشد و توسعه گردشگری بشوند. در نهایت یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که ابزارهای خط‌مشی گردشگری با توجه به نقش‌هایی که دولت‌ها در گردشگری ایفا می‌کنند به سه دسته ابزارهای تنظیمی، شناختی و هنجاری تقسیم می‌شوند و دولت با استفاده از این ابزارها می‌تواند موجب پایداری گردشگری شود. در بخش کمی، سنجه طراحی شده توسط پژوهشگران برای تایید یا رد فرضیه‌ها مورد استفاده قرار گرفت که از روایی محتوایی لازم و ضریب قابل اعتماد آلفای کرونباخ (۰٫۸۵۷) برخوردار است. **واژه‌های کلیدی:** خط‌مشی، ابزارهای خط‌مشی‌گذاری، گردشگری، ایران.

* دانشیار دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول) hdnaee@modares.ac.ir

** کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشگاه تربیت مدرس

*** استاد یار دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه

گردشگری تأثیر فراوانی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور دارد. گردشگری اشتغال ایجاد می‌کند، سرمایه‌های اقتصادی را به جریان می‌اندازد، و به دنبال ارتقای مشروعیت سیاسی کشورها در سطح بین‌المللی است. از منظر اقتصادی گردشگری یکی از صنایع پر درآمد، پاک و کم هزینه در اقتصاد است. درآمدهای حاصل از گردشگری تجلی نوعی «صادرات نامرئی و پنهان» است. از منظر اجتماعی، گردشگری در بستر محیط جغرافیایی صورت می‌گیرد که متشکل از محیط طبیعی، فرهنگی و اجتماعی است. از منظر سیاسی نیز، یکی از دلایل استقبال گردشگرها از یک کشور، ثبات سیاسی و خوش رفتاری کشورها در مناسبات بین‌المللی است. ورود گردشگر به یک کشور نشان از آرامش آن و همچنین نشانه قدرت و امنیت یک منطقه است. ماهیت گردشگری در هر جامعه‌ای، متأثر از عوامل پیچیده و در هم بافته سیاسی، اقتصادی و همچنین ویژگی‌های جغرافیایی است که دیگران را مجذوب خود می‌کند. در این پژوهش با اتکا به نقش‌های محوری دولت در رشد و توسعه گردشگری، ابزارهایی که دولت با استفاده از آنها می‌تواند خط‌مشی‌های خود را به اجرا بگذارد بر اساس دیدگاه خبرگان و فعالان حوزه گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین، ابتدا مبانی نظری ابزارهای خط‌مشی‌گذاری و سپس چارچوب نظری پژوهش بررسی و با تعیین مدل مفهومی و عملیاتی و با اتکا به استراتژی پیمایش تحلیلی، ابزارهای خط‌مشی‌گذاری احصاء و پیشنهادهایی برای ارتقای گردشگری ارائه شده است.

بیان مسئله

بدون شک امروزه صنعت گردشگری به عنوان مهم‌ترین صنعت جهان، رشد سریعی در توسعه اقتصادی جهان داشته که در نتیجه افزایش نرخ رشد سالانه در تولید ناخالص ملی، صادرات تجارت جهانی به طور مداوم بالا رفته است. کشور ایران علی‌رغم اینکه دارای تنوع جاذبه‌های گردشگری است ولی به دلایل گوناگون نتوانسته است به جایگاه شایسته در صنعت گردشگری دست یابد.

مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از فعالان گردشگری نشان می‌دهد دولت نتوانسته

است به نحو احسن نقش خود را در زمینه گردشگری ایفا کند. با این وجود با توجه به مأموریت ذاتی دولت به نظر می‌رسد ضرورت تصمیم‌گیری از سوی خط مشی‌گذاران دولت برای ارتقای گردشگری ملی احساس می‌شود. سوال این است که دولت‌ها با چه ابزاری می‌توانند خط مشی گردشگری را به اجرا درمی‌آورند؟

ضرورت پژوهش

خط مشی گردشگری، به طور فزاینده‌ای به امری حیاتی برای بسیاری از کشورها که تمایل به به‌کارگیری گردشگری، برای رشد منطقه‌ای و ملی دارند تبدیل شده است. لازمه موثر بودن این خط مشی آن است که موانعی که در اجرای آن وجود دارد، شناسایی شود. به این ترتیب این امر احساس می‌شود برای اجرای خط مشی‌های مرتبط با گردشگری نیازمند ابزارهای هستیم که آنها را به صورت کارآمد به اجرا بگذاریم. در خصوص گردشگری در ایران پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است و راهکارهایی نیز برای توسعه آن به طور عام و خاص ارائه شده است. حال مسئله اصلی این است که چرا با ارائه راهکارها، هنوز کشور ما با دارا بودن بسترهای فراوان نتوانسته است سهم خود را از بازار گردشگری به دست آورد. با وجود این خلأیی احساس می‌شود مبنی بر اینکه علی‌رغم ارائه خط مشی‌هایی در زمینه گردشگری، اجرای آن با نواقصی همراه است. در این راستا به دنبال ابزارهایی هستیم که بتوان این خط مشی‌ها را به صورت کارآمد به اجرا گذاشت.

اهداف پژوهش

در این پژوهش به دنبال دو هدف هستیم هدف نخست پژوهش، شناسایی ابزارهای خط مشی گردشگری در ایران است و هدف دوم پژوهش، مقایسه این ابزارها در وضعیت موجود و مطلوب است.

سوال پژوهش

با کدام ابزارها می‌توان خط مشی‌های گردشگری را اجرا کرد؟

مبانی نظری ابزارهای خط‌مشی

بر اساس رویکرد اقتصاد رفاه، زمانی که بازارها در رقابت کامل عمل می‌کنند؛ ضرورت مداخله دولت‌ها برای دستیابی به «کارایی پارتو»^۱ وجود ندارد. به عبارت دیگر، کارایی پارتو از طریق اقدامات داوطلبانه و بدون نیاز به خط‌مشی‌های عمومی رخ می‌دهد. در یک دنیای کاملاً رقابتی، بازار تضمین می‌کند که هزینه تولید برابر با هزینه‌های واقعی اجتماعی است. اما در عمل، به ندرت واقعیت‌های اقتصادی به صورت کاملاً ایده آل و کاملاً رقابتی وجود دارد (Weimer & Vining, 2005). گذر از این پیش فرض‌ها باعث به وجود آمدن نظریه شکست بازار خواهد شد. همچنان که مایکل (Micheal, 2001) بیان داشت، شکست بازار دخالت دولت را توجیه می‌کند. چرا که عرضه «کالاهای عمومی» و تخصیص هزینه‌های اجتماعی، وظایفی هستند که فقط دولت‌ها می‌توانند به طور موثر آن را انجام دهند. ماسگریو^۲ (۱۹۸۹) بیان می‌کند که "فراگیری دولت، تجلی ایدئولوژی‌های سیاسی و اجتماعی است که با فرضیات انتخاب مشتری و تصمیم‌گیری غیر متمرکز تفاوت دارد." همچنین سازوکار بازار به تنهایی نمی‌تواند همه وظایف اقتصاد را انجام دهد و بدون دولت، بازارها قادر به کار نخواهند بود (هیوز، ۱۱۲، ۱۳۸۶). پس ضرورت مداخله دولت‌ها احساس می‌شود و دولت‌ها چگونه به این کار مبادرت می‌ورزند.

ابزارهای خط‌مشی گذاری عمومی

هر خط‌مشی دارای سه عنصر کلیدی است: تعریف و شناسایی مسئله، اهدافی که باید به آن دست یافت و ابزارهایی که برای مواجه شدن با مشکل و دستیابی به هدف مورد استفاده قرار می‌گیرد. زمانی که دولت به وجود مشکل عمومی و نیاز به انجام اقدامی در مورد آن پی می‌برد، ضرورت تصمیم‌گیری از سوی خط‌مشی‌گذاران درباره مشکل احساس می‌شود. دولت برای مواجهه با مشکل باید انتخاب‌های مختلفی را بررسی کنند؛ و با این کار، در جریان تدوین خط‌مشی قرار می‌گیرد (Howlett, 2009, 111). به گفته چالز جونز (۱۹۸۴) ویژگی مهم تنظیم خط‌مشی، به تعبیری ساده عبارت است از پیشنهاد ابزارهایی برای تأمین یک نیاز، به نحوی که افراد

1- pareto efficiency
2- Musgrave

جامعه آن را درک کنند.

ابزارهای خط مشی گذاری، به عنوان راه حل هایی برای شکست بازار تصور می-شوند. زیرا آن ها گزینه های سیاسی هستند که امکان زیادی برای حل مشکلات اجتماعی و اقتصادی را دارا می باشد. حتی اگر در برخی مواقع آن ها از لحاظ اقتصادی کارآمدترین راه حل نباشند (Monge-Gonzalez, 2010). دولت ها برای اجرای خط مشی های خود نیازمند ابزارهایی هستند که به وسیله آن ها برنامه های خود را محقق می-سازد و راه حل های انتخاب شده برای مشکلات اجتماعی، اقتصادی و مانند آن را عملی سازد. پیترز و لیندر (Peters & Linder, 1991) ابزارها را به عنوان امکانات، تجهیزات و فنون در اختیار دولت تعریف می کنند که به وسیله آن ها اهداف دولت ها به اجرا در می آید. ابزار خط مشی گذاری که گاهی وسایل خط مشی یا ابزارهای حکمرانی^۱ نامیده می شود وسایل و تدابیر واقعی هستند که دولت برای اجرای خط مشی های خود در اختیار دارد و از میان آنها باید انتخاب صورت گیرد؛ فرایند شکل دهی به تصمیم های دولت همیشه با انتخاب یک یا چند ابزار از جعبه ابزار موجود دولت انجام می گیرد (Howlett & et al^۲, 2009, 115).

طبقه بندی ابزارهای خط مشی

تنوع ابزار در دسترس خط مشی گذاران برای برخورد با یک مشکل مرتبط تنها بر اساس تصور آن ها محدود می شود. اندیشمندان تلاش فراوانی کرده اند تا ابزارهای خط مشی را در مقولات معنی داری طبقه بندی کنند (salmon, 1989, howlett, 1998). در سال ۱۹۸۶ طبقه بندی ساده و مشهوری که به مدل ناتو^۳ شهرت یافت توسط هود ارائه شد. وی نشان داد که کلیه ابزارهای خط مشی گذاری، در یکی از چهار مقوله گسترده زیر قرار دارد. هاولت به نقل از هود (۱۹۸۶) اظهار داشت که دولت ها در برخورد با مشکلات از ابزارهای زیر استفاده می کنند:

۱. استفاده از اطلاعاتی که در اختیار دارند (اطلاعات^۴).
۲. استفاده از قدرت قانونی (حق صدور دستور^۵).

1- governing instruments
2- Ramesh & Perl
3- NATO
4- nodality
5- authority

۳. استفاده از منابع مالی^۱

۴. استفاده از سازمان‌های رسمی که در اختیار دارند (سازمان^۲) (Howlett, 2011, 65)

جدول ۱. طبقه بندی ابزارهای خط مشی گذاری (Howlett, 2011)

اطلاعات	حق صدور دستور	منابع مالی	سازمان
جمع آوری و اشاعه اطلاعات	قوانین فرماندهی و کنترلی	امتیازات ویژه و وام‌ها	ارائه مستقیم کالا و خدمات. مؤسسات عمومی
توصیه و مشاوره	خود تنظیمی	پرداخت حق الزحمه	خانواده و، جامعه و سازمان‌های داوطلبانه
تبلیغات	تعیین استانداردها و تفویض مقررات	مالیات و هزینه‌های مالیاتی	ایجاد بازار
کمیسیون‌های تخصصی و مراکز پژوهشی	کمیته‌های مشاوره‌ای و مشورتی	حمایت‌های مالی از گروه‌های دی نفع	باز سازماندهی دولت

چارچوب نظری پژوهش

سازمان جهانی گردشگری (Unwto, 2007) گردشگری را مجموعه فعالیت‌های افرادی که خارج از محل زندگی معمول خود بوده و به قصد تفریح، استراحت، و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و بیش از یک سال در آن مکان نمی‌مانند تعریف می‌کند. با این استثنا که افرادی که برای کسب درآمد مسافرت می‌کنند همانند ورزشکارانی که به عضویت تیم‌های خارجی در می‌آیند، دانشجویانی که دارای برنامه‌های بلند مدت هستند، اعضای دیپلماتیک، و نیروهای نظامی که به خاطر مأموریت‌هایشان مجبور به سفر هستند در فرایند گردشگری نیستند. جای تعجب نیست که دولت نقش فعالی را برای توسعه و مدیریت گردشگری ایفا کند. اسکات^۳ (۲۰۱۱) اظهار می‌دارد اهمیت گردشگری به این دلیل است که به عنوان فعالیتی تصور می‌شود که دارای اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی است.

نقش دولت در گردشگری

یکی از اساسی‌ترین فعالیت دولت‌ها، طراحی و تدوین خط مشی‌های عمومی است.

1- treasure
2- organization.
3- scott

در کشورهای صنعتی و همچنین در حال توسعه، به هنگام طراحی و تدوین برنامه‌ها و خط مشی‌های عمومی کشور به گردشگری به عنوان ابزاری موثر در ادامه‌ی روند توسعه، توجه خاصی معطوف می‌شود (Hall, 1994).

دولت شکلی را برای صنعت گردشگری خود انتخاب می‌کند که از دیدگاه خود برای ایفای نقش‌های مورد نیاز بهترین و مناسب‌ترین باشد، این اشکال را می‌توان به صورت اختصاص وزارتخانه ای کامل به امر گردشگری، اختصاص بخشی از یک وزارتخانه به امر گردشگری، یک سازمان غیر دولتی نیمه مستقل که دولت تاسیس می‌کند، اما این سازمان از میزان خودمختاری بالایی برخوردار است و اغلب، شکل یک مجمع قانونی را به خود می‌گیرد، مجمعی که از سوی مجلس برای اهداف بیان شده تاسیس می‌شود (داس ویل، ۱۳۷۸، ۱۲۶).

شکوفایی اقتصادی کشورهای صنعتی موجب انقلابی در صنعت گردشگری شده است و باعث شده تا از کارکردهای اقتصادی و اجتماعی آن به عنوان راه حل مسائل زیادی چون فقر، بیکاری و ... یاد شود. به این ترتیب اهمیت این بخش به عنوان سازوکاری برای توسعه اقتصادی افزایش یافته و دولت‌ها نباید فرصت‌های به وجود آمده این بخش را نادیده بگیرند، چرا که ماهیت توسعه صنعت گردشگری نیازمند همکاری بین ذینفعان مختلف فعالیت‌های گردشگری است (Wanhill, 2005).

صاحب‌نظران نقش‌های مختلفی را برای دولت‌ها در نظر گرفته‌اند (هیوز، ۱۳۸۶: ۸۵) اما اصلی‌ترین نقش‌های دولت را می‌توان در سه دسته طبقه بندی کرد، نقش تنظیمی، نقش هنجاری و نقش شناختی (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶). که در زیر به تشریح آن‌ها پرداخته می‌شود.

الف) نقش تنظیمی

دولت‌ها در این نقش به تدوین چارچوب نظارتی برای توسعه و مدیریت گردشگری، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی و تسهیل مشارکت بخش خصوصی می‌پردازند. (Nohutchu, 2002) این نقش نشان دهنده نقش‌ها و مسئولیت‌های همه ذینفعان در برنامه‌ریزی ملی گردشگری است. این نقش شامل، برنامه‌ریزی ملی گردشگری همگام با خط مشی‌های توسعه ملی، تسهیل و ساده کردن الزامات بوروکراتیک، ارائه مشوق‌های مالی همچون تخفیف‌های مالی، پشتیبانی و حمایت‌های مالی و مشاوره‌ای

(OECD^۱, 2000)

ب) نقش شناختی

دولت‌ها با استفاده از این نقش (سازه) بر اشاعه دانش و مهارت‌های مرتبط با گردشگری تمرکز دارد. این امر می‌تواند توانمندی افرادی که در زمینه گردشگری فعالیت دارند بهبود بخشد. (Costa, 2011) کشورهای مختلف به شیوه‌های گوناگونی موجب افزایش آگاهی‌های افراد می‌شوند. دولت‌ها در این خصوص اقداماتی از قبیل، پخش برنامه‌هایی در خصوص گردشگری در رسانه‌های عمومی و افزایش تبلیغات را دستور کار خود قرار می‌دهند. همچنین برنامه‌های آموزشی برای برخورد مناسب با گردشگرها، طراحی وب سایت‌هایی برای گردشگری مجازی را ارائه می‌دهند (Bramwell, 2005) از جمله این برنامه‌ها است.

برنامه‌های چون دوره‌های آموزشی تور گردانی، هتل‌داری و استفاده از تکنیک‌های مدیریتی علمی و به روز دنیا و ارتقای استانداردهای مهارتی با استفاده از مؤسسات آموزش عالی (صمدیان و همکاران، ۱۳۸۸) از جمله این برنامه‌ها است.

ج) نقش هنجاری

در نهایت برنامه‌ها معطوف به بهبود دیدگاه جامعه نسبت به گردشگری، محیط هنجاری یک کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بدین ترتیب انگیزه افرادی که در زمینه گردشگری فعالیت می‌کنند بهبود می‌بخشد (Costa, 2011). موفقیت هر پروژه گردشگری مستلزم شناخت و درک کیفیت جامعه میزبان است. اساساً گردشگری یک فعالیت منبع محور است و به جاذبه‌ها و خدمات وابسته است، اما توسعه موفقیت آمیز آن مستلزم میهمان نوازی و استقبال از طرف جامعه میزبان می‌باشد. به طوری که بدرفتاری و عدم علاقه و سوءظن جامعه میزبان، نهایتاً به گردشگرها منتقل خواهد شد. بدین سان درک جامعه و عوامل آن بر روی این طرز تفکر تأثیر می‌گذارد، به این منظور دستیابی به حمایت مطلوب جامعه برای توسعه گردشگری امری ضروری به شمار می‌آید (Gursoy & et al^۲, 2002:80). برگزاری نمایشگاه‌ها، ارائه جوایز مختلف و همچنین برگزاری جشنواره‌های مختلف و ارائه جوایز ویژه برای خدمات

1- Organisation for Economic Co-operation and Development
2- Jurowski, & Uysal,

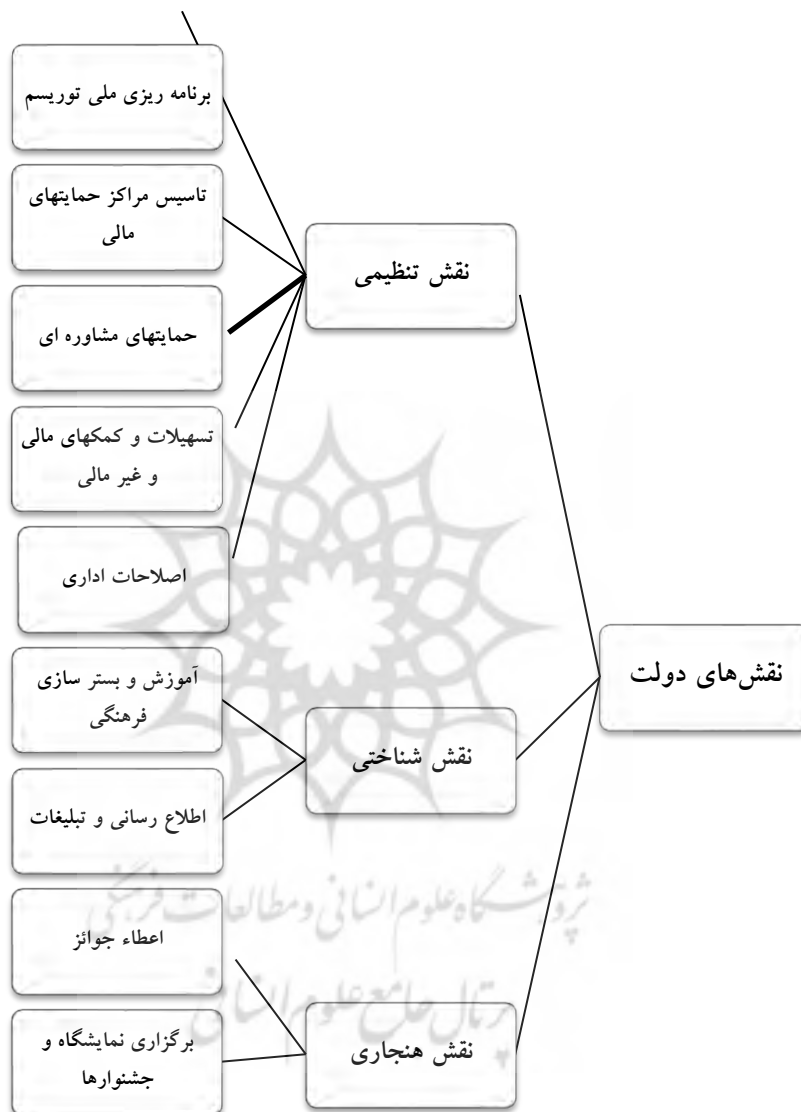
اشخاص و شرکت‌هایی که در معرفی جاذبه‌های گردشگری و جذب گردشگرها کارنامه موفق دارند موجب ارتقای گردشگری می‌شود (Hooi & Smyth, 2006).

طراحی الگوی عملیاتی ارتقای گردشگری در ایران

با توجه به مبانی نظری پژوهش و مصاحبه‌های اکتشافی می‌توان چنین اظهار داشت که ابزارهای گردشگری بر اساس نقش‌های سه‌گانه تنظیمی، شناختی و هنجاری دولت طبقه بندی شده است. با تأمل بر این ابزارها می‌توان به چارچوب مشترکی از متغیرهای مربوط دست یافت. از این رو در طراحی الگوی عملیاتی ارتقای گردشگری در ایران، که از مبانی نظری و مصاحبه‌های اکتشافی به دست آمده است به صورت تلفیقی استفاده شده است. الگوی عملیاتی این پژوهش بر اساس ابعاد، مؤلفه‌ها و ابزارهایی که بیشترین فراوانی را داشته‌اند در قالب ۳ بعد، ۹ مؤلفه بر اساس نمودار زیر تدوین شده است.



نمودار ۱. الگوی عملیاتی ابزارهای خط مشی گردشگری ایران



با استناد به نمودار فوق چارچوب مفهومی ابزارهای خط مشی گردشگری در قالب ۳ بعد، ۹ مؤلفه و ۶۴ ابزار، به صورت جدول شماره ۲ نشان داده می شود.

جدول ۲. متغیرهای ارتقای گردشگری بر اساس نظریه‌های مختلف و مبانی نظری

نقش دولت در گردشگری		مفهرم
ابزارها	مؤلفه‌ها	ابعاد
<p>تدوین خط مشی ملی گردشگری.</p> <p>تثبیت جایگاه گردشگری در آینده کشور</p> <p>تغییر نگرش مدیران کلان کشور نسبت به گردشگری</p> <p>تبیین راهبرد هر یک از انواع گردشگری.</p> <p>تدوین خط مشی دیپلماسی گردشگری.</p> <p>تعیین شعار و نشان ملی گردشگری</p> <p>تشکیل پلیس گردشگری.</p> <p>تشکیل وزارت گردشگری.</p> <p>میزبانی مسابقات ورزشی و علمی</p> <p>مطالعه و شناسایی بازارهای هدف.</p>	<p>برنامه ریزی ملی</p> <p>گردشگری</p>	نقش تنظیمی
<p>تاسیس شرکت‌های سرمایه گذاری گردشگری.</p> <p>تاسیس صندوق توسعه گردشگری.</p> <p>تاسیس بانک گردشگری.</p>	<p>تاسیس مراکز</p> <p>حمایت‌های مالی</p>	
<p>معرفی متولیان اصلی صنعت گردشگری.</p> <p>ایجاد و تقویت مراکز مشاوره به مراکز اقامتی و پذیرایی</p>	<p>حمایت‌های</p> <p>مشاوره‌ای</p>	
<p>اعطای تسهیلات ویژه برای احداث هتل بیمارستان‌ها.</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه برای احداث دهکده‌های سلامت.</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت هتل‌ها.</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه برای نوسازی هتل‌ها.</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت واحدهای اقامتی و پذیرایی بین راهی.</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت اماکن ورزشی مدرن</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه به صورت زمین برای ساخت واحدهای اقامتی و پذیرایی.</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه برای تجهیز ناوگان حمل و نقل زمینی گردشگرها.</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه برای سرمایه گذاری در مناطق آزاد تجاری.</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت مراکز تفریحی و سیاحتی.</p> <p>اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت شهر فرودگاهی.</p>	<p>تسهیلات و کمک‌های مالی ویژه مالی</p>	
<p>حذف موازی کاری اداری در زمینه گردشگری</p> <p>تسهیل در تشریفات گمرکی.</p> <p>تسهیل در صدور روادید.</p> <p>ارائه ویزای الکترونیکی.</p> <p>حمایت از شکل‌گیری تشکل‌های صنفی.</p> <p>انجام مبادلات فرهنگی با کشورهای اسلامی.</p> <p>درگیر ساختن و مشارکت وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی</p>	<p>اصلاحات اداری</p>	

نقش دولت در گردشگری		مفهرم
ابزارها	مؤلفه‌ها	ابعاد
آموزش عمومی به مردم برای برخورد با گردشگرها ایجاد رشته‌های مختلف گردشگر در دانشگاه‌ها. برگزاری دوره‌های آموزشی - مشاوره‌ای تور گردانی. برگزاری دوره‌های آموزشی - مشاوره‌ای هتل داری. تاسیس انجمن‌های علمی. بخش مستمر برنامه‌های تلویزیونی. بخش مستمر برنامه‌های رادیویی.	آموزش و بستر سازی فرهنگی	نقش شناختی
تاسیس شبکه‌های ماهواره‌ای . تاسیس شرکت‌های بین‌المللی خدمات گردشگری. معرفی مناطق مستعد گردشگری برای سرمایه گذاران. معرفی مناطق نمونه گردشگری برای گردشگرها. برگزاری کنفرانس‌های علمی. تبلیغ و معرفی موزه‌ها. چاپ بروشورهای تبلیغاتی. طراحی پورتال‌های اطلاعات گردشگری.	اطلاع رسانی و تبلیغات	
اعطای جوایز ویژه به تورگردان‌ها اعطای جوایز صادراتی به واردکنندگان گردشگر. اعطای جوایز ویژه به برترین‌های بخش گردشگری.	اعطای جوایز	نقش هنجاری
برگزاری نمایشگاه دستاوردهای گردشگری. برگزاری فستیوال‌های مختلف (گلاب گیری، کوچ، صنایع دستی و مانند آن)	برگزاری نمایشگاه و فستیوال	

روش‌شناسی پژوهش

۱. جهت‌گیری پژوهش: پژوهش حاضر از نظر جهت‌گیری توسعه‌ای است.
۲. استراتژی پژوهش: استراتژی پژوهش به صورت ترکیبی (کیفی و کمی) است.
۳. شیوه گردآوری: برای آزمون مدل مفهومی از شیوه گردآوری پرسش‌نامه استفاده شده است. این پرسش‌نامه در مجموع از ۶۲ سوال (ابزارهای تنظیمی ۳۸، ابزارهای شناختی ۱۳ و ابزارهای هنجاری ۵ سوال) تشکیل شده است.
۴. جامعه و نمونه آماری در بخش کمی: جامعه آماری مجموعه ۱۷۰ نفری از پرسنل معاونت گردشگری سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به عنوان

متولی گردشگری در کشور بود که از این ۱۷۰ پرسش‌نامه توزیع شده، تعداد ۱۱۲ پرسش‌نامه عودت داده شد همچنین تعداد ۱۰۰ پرسش‌نامه در بخش خصوصی توزیع گردید که تعداد ۶۷ پرسش‌نامه عودت داده شد. به منظور تایید روایی پرسش‌نامه، طرح مقدماتی پرسش‌نامه توسط چند تن از خبرگان و صاحب نظران بررسی شد و پیشنهادهای ایشان در تدوین پرسش‌نامه نهایی لحاظ گردید. سرانجام پایایی پرسش‌نامه نیز از طریق آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شد. نتیجه بدست آمده از اعتبار پرسش‌نامه در جدول زیر ارائه شده است: همچنین برای شناخت تم‌های اصلی از تحلیل عاملی استفاده شد.

جدول ۳. اعتبار پرسش‌نامه

تعداد آزمودنی	کرونباخ محاسبه شده
۶۳	۰.۸۵۸

فنون آماری: داده‌های جمع‌آوری شده از جامعه آماری، با استفاده از فنون آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش آمار توصیفی از شاخص‌های مرکزی و پراکندگی نظیر میانگین، نما و انحراف معیار و در بخش فنون آمار استنباطی با توجه به حجم آماری مورد مطالعه از آزمون ناپارامتریک تی زوجی استفاده شده است.

تحلیل داده‌ها

- در این قسمت برای پاسخ گویی به سوال پژوهش یا تایید و رد فرضیه‌های محقق، اطلاعات جمع‌آوری شده در مورد ابزارهای سه‌گانه (تنظیمی، شناختی و هنجاری) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. که پژوهشگر ادعا می‌کرد که:
- میان استفاده از ابزارهای تنظیمی خط مشی گردشگری در وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.
 - میان استفاده از ابزارهای شناختی خط مشی گردشگری در وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.

- میان استفاده از ابزارهای هنجاری خط مشی گردشگری در وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.

تحلیل عاملی ابزارهای

به منظور تعیین شاخصهای موثر بر نقش دولت‌ها از تحلیل عاملی استفاده شده است که در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

نتایج عاملی تأییدی هر یک از شاخص‌ها

بار عاملی	شاخص‌ها	ردیف
۰,۸۸۱	تدوین خط مشی ملی گردشگری.	۱
۰,۵۶۱	تثبیت جایگاه گردشگری در آینده کشور.	۲
۰,۸۷۰	تغییر نگرش مدیران کلان کشور نسبت به گردشگری.	۳
۰,۹۱۵	تبیین راهبرد هر یک از انواع گردشگری.	۴
۰,۷۱۲	تدوین خط مشی دیپلماسی گردشگری.	۵
۰,۷۲۱	تعیین شعار و نشان ملی گردشگری.	۶
۰,۴۳۶	تشکیل پلیس گردشگری.	۷
۰,۵۱۸	تشکیل وزارت گردشگری.	۸
۰,۴۷۵	میزبانی مسابقات ورزشی و علمی	۹
۰,۶۴۱	مطالعه و شناسایی بازارهای هدف	۱۰
۰,۷۲۱	تاسیس شرکت‌های سرمایه گذاری گردشگری.	۱۱
۰,۶۴۱	تاسیس صندوق توسعه گردشگری.	۱۲
۰,۹۲۵	تاسیس بانک گردشگری.	۱۳
۰,۷۹۲	معرفی متولیان اصلی صنعت گردشگری.	۱۴
۰,۹۲۲	ایجاد و تقویت مراکز مشاوره به مراکز اقامتی و پذیرایی.	۱۵
۰,۹۱۲	اعطای تسهیلات ویژه برای احداث هتل بیمارستان‌ها.	۱۶
۰,۸۷۳	اعطای تسهیلات ویژه برای احداث دهکده‌های سلامت.	۱۷
۰,۷۴۳	اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت هتل‌ها.	۱۸
۰,۶۵۸	اعطای تسهیلات ویژه برای نوسازی هتل‌ها.	۱۹
۰,۳۸۲	اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت واحدهای اقامتی و پذیرایی بین راهی.	۲۰
۰,۶۱۳	اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت اماکن ورزشی مدرن.	۲۱
۰,۷۳۸	اعطای تسهیلات ویژه به صورت زمین برای ساخت واحدهای اقامتی و پذیرایی.	۲۲
۰,۲۶۷	اعطای تسهیلات ویژه برای تجهیز ناوگان حمل و نقل زمینی گردشگرها.	۲۳
۰,۵۰۴	اعطای تسهیلات ویژه برای سرمایه گذاری در مناطق آزاد تجاری.	۲۴
۰,۹۶۴	اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت مراکز تفریحی و سیاحتی.	۲۵

ارتقای ظرفیت گردشگری جمهوری اسلامی... ۱۵

ردیف	شاخص‌ها	بار عاملی
۲۶	اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت شهر فرودگاهی.	۰,۴۹۶
۲۷	اعطای تسهیلات ویژه برای احداث هتل بیمارستان‌ها.	۰,۸۰۹
۲۸	حذف موازی کاری اداری در زمینه گردشگری.	۰,۸۳۴
۲۹	تسهیل در تشریفات گمرکی.	۰,۷۳۸
۳۰	تسهیل در صدور روادید.	۰,۶۱۳
۳۱	ارائه ویزای الکترونیکی.	۰,۴۶۵
۳۲	حمایت از شکل‌گیری تشکل‌های صنفی.	۰,۶۰۲
۳۳	انجام مبادلات فرهنگی با کشورهای اسلامی.	۰,۴۶۷
۳۴	درگیر ساختن و مشارکت وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی.	۰,۴۸۵
۳۵	آموزش عمومی به مردم برای برخورد با گردشگرها.	۰,۴۶۷
۳۶	ایجاد رشته‌های مختلف گردشگر در دانشگاه‌ها.	۰,۵۹۷
۳۷	برگزاری دوره‌های آموزشی - مشاوره‌ای تورگردانی.	۰,۵۸۸
۳۸	برگزاری دوره‌های آموزشی - مشاوره‌ای هتل‌داری.	۰,۵۶۰
۳۹	تاسیس انجمن‌های علمی.	۰,۵۳۲
۴۰	بخش مستمر برنامه‌های تلویزیونی.	۰,۴۳۶
۴۱	بخش مستمر برنامه‌های رادیویی.	۰,۵۴۳
۴۲	تاسیس شبکه‌های ماهواره‌ای.	۰,۶۵۳
۴۳	تاسیس شرکت‌های بین‌المللی خدمات گردشگری.	۰,۵۸۷
۴۴	معرفی مناطق مستعد گردشگری برای سرمایه‌گذاران.	۰,۴۷۸
۴۵	معرفی مناطق نمونه گردشگری برای گردشگرها.	۰,۷۵۱
۴۶	برگزاری کنفرانس‌های علمی.	۰,۳۸۴
۴۷	تبلیغ و معرفی موزه‌ها.	۰,۴۳۵
۴۸	چاپ بروشورهای تبلیغاتی.	۰,۷۳۲
۴۹	طراحی پورتال‌های اطلاعات گردشگری.	۰,۵۹۱
۵۰	اعطای جوایز ویژه به تورگردان‌ها	۰,۹۳۲
۵۱	اعطای جوایز صادراتی به واردکنندگان گردشگر.	۰,۸۵۹
۵۲	اعطای جوایز ویژه به برترین‌های بخش گردشگری.	۰,۵۳۴
۵۳	اعطای جوایز ویژه به برترین‌های بخش گردشگری.	۰,۷۴۱
۵۴	برگزاری نمایشگاه دستاوردهای گردشگری.	۰,۴۱۸
۵۵	برگزاری فستیوال‌های مختلف (گلاب‌گیری، کوچ، صنایع دستی و ...)	۰,۵۱۴

با توجه به تحلیل آماری روی ۵۵ شاخص ابزارهای خط مشی گذاری، سه عامل به عنوان عامل‌های اصلی با توجه به بررسی ادبیات موضوع شناسایی شد. تحلیل عاملی

نشان می‌دهد که شاخصهای ردیف ۱ تا ۳۴ تحت عامل نقش تنظیمی، و ردیف‌های ۳۵ تا ۴۹ تحت عنوان شاخص‌های نقش شناختی و ۵۰ تا ۵۵ به عنوان شاخص‌های هستند که در نقش هنجاری قرار می‌گیرند.

بررسی تفاوت وضع موجود و مطلوب ابزارهای خط مشی گردشگری

الف) بررسی آزمون تی زوجی ابزارهای مؤلفه برنامه ریزی ملی

جدول ۷. آزمون تی زوجی بین ابزارهای مؤلفه تسهیلات و کمک‌های مالی

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معنی داری	I مقایسه شده	برآورد فاصله‌ای تفاضل میانگین (۹۵ درصد)		میانگین	فرض H ₀
				حد بالا	حد پایین		
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۱,۴۲	۲,۶۰۹	۲,۱۶۷	۲,۳۸۸۸	بین ابزار "اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت هتل بیمارستان‌ها" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۳,۸۱۲	۲,۶۸۲	۲,۲۷	۲,۴۷۶۶	بین ابزار "اعطای تسهیلات ویژه برای احداث دهکده‌های سلامت" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۰,۹۰۲	۲,۳۷۷	۱,۹۶۵	۲,۱۷۱۱	بین ابزار "اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت و بهسازی هتل‌ها" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۱۹,۱۳۵	۲,۱۵۶	۱,۷۵۱	۱,۹۵۴۳	بین ابزار "اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت واحدهای اقامتی و پذیرایی بین راهی" در وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۱۹,۴۹۲	۲,۲۵۵	۱,۸۳۸	۲,۰۴۷۱	بین ابزار "اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت اماکن ورزشی مدرن" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۱۸,۳۷۲	۲,۳۴۲	۱,۸۸۶	۲,۱۱۴۲	بین ابزار "اعطای تسهیلات به صورت واگذاری زمین برای ساخت واحدهای اقامتی و تفریحی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۲,۸۱۷	۲,۴۸۵	۲,۰۸۸	۲,۲۸۷	بین ابزار "اعطای تسهیلات ویژه برای ساخت مراکز تفریحی و سیاحتی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۰,۰۲۵	۲,۵۵۴	۲,۰۹۴	۲,۳۲۴	بین ابزار "الزام بانک‌ها برای اعطای تسهیلات برای بخش گردشگری" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معنی داری	T محاسبه شده	برآورد فاصله‌ای تفاضل میانگین (۹۵ درصد)		میانگین	فرض H ₀
				حد بالا	حد پایین		
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۹,۲۱۳	۱,۸۷۱	۱,۴۴۲	۱,۶۵۷۱	بین ابزار "اعطای تسهیلات ویژه برای رونق مناطق آزاد تجاری" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۹,۲۱۳	۳,۳۹۵	۲,۱۹۳	۲,۷۹۴۳	بین ابزار "حمایت‌های بیمه‌ای از فعالان گردشگری" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۳,۳۰۵	۲,۷۳۲	۲,۳۰۴	۲,۵۱۸۵	بین ابزار "احداث شهر فرودگاهی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۸,۱۳۵	۲,۷۸۶	۲,۴۲	۲,۶۰۳۶	بین ابزار "تجهیز ناوگان زمینی حمل و نقل گردشگری" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۵,۱۸۱	۲,۸۱	۲,۴	۲,۶۰۵۵	بین ابزار "افزایش ظرفیت خطوط هوایی کشور" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۱۹,۰۰	۲,۴۲۳	۱,۹۶۵	۲,۱۹۴۱	بین ابزار "اعطای تخفیف‌ها مالیاتی برای گردشگرها" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۵,۹	۲,۶	۲,۲۱۷	۲,۴۰۳۶	بین ابزار "اعطای تخفیف‌ها مالیاتی برای هتل‌ها و مراکز اقامتی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.

همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود در تمامی ابزارهای مولفه‌ی تسهیلات و کمک‌های مالی و غیر مالی فرض H₀ مورد تأیید قرار نگرفته و در نتیجه با قاطعیت ۹۵ درصد بین وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.

ت) بررسی آزمون تی زوجی ابزارهای مؤلفه اصلاحات اداری

جدول ۸. آزمون تی زوجی بین ابزارهای مؤلفه اصلاحات اداری

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معنی داری	I. معیار بنده	برآورد فاصله‌ای تفاضل میانگین (۹۵ درصد)		میانگین	فرض H ₀
				حد بالا	حد پایین		
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۱۸,۲۰۶	۲,۷۰۳	۲,۱۷۲۵	۲,۴۳۸۱	بین ابزار " حذف موازی کاری اداری در زمینه گردشگری "در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۳,۳۳۶	۲,۸۰۱	۲,۳۶۲	۲,۵۸۱۸	بین ابزار " تسهیل در تشریفات گمرکی " در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۲,۲۸۲	۲,۷۶۱	۲,۳۱	۲,۵۳۶۳	بین ابزار " ارائه ویزای الکترونیکی " در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۲,۵۲۰	۲,۵۶۵	۲,۱۵۰	۲,۳۵۷۸	بین ابزار " تسهیل در صدور روادید " در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۱۷,۸۸۳	۲,۲۴۲	۱,۷۹۴	۲,۰۱۸۳	بین ابزار " درگیر ساختن و مشارکت وزارتخانه ها سایر سازمان‌های دولتی " در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۱۴,۱۸۰	۱,۷۹۴	۱,۳۵۴	۱,۵۷۴۰	بین ابزار " انجام مبادلات فرهنگی با کشورهای اسلامی " در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۰,۵۷۰	۲,۴۳۸	۲,۰۰۹	۲,۲۲۴۳	بین ابزار " مطالعه و شناسایی بازارهای هدف " در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد

همان‌طور که در جدول شماره ۸ مشاهده می‌شود فرض H₀ در این تحلیل رد می‌شود و با قاطعیت ۹۵ درصد نشان داده می‌شود که در مورد ابزارهای این مؤلفه، بین وضع موجود و مطلوب فاصله معنی داری وجود دارد.

ث) بررسی آزمون تی زوجی ابزارهای مؤلفه آموزش و بستر سازی فرهنگی
ادامه جدول ۹. آزمون تی زوجی بین ابزارهای مؤلفه آموزش و بستر سازی فرهنگی

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معنی داری	T محاسبه شده	برآورد فاصله‌ای تفاضل میانگین (۹۵ درصد)		میانگین	فرض H ₀
				حد بالا	حد پایین		
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۱۴,۸۲۱	۱,۸۶۴	۱,۴۲۴	۱,۶۴۶۲	بین ابزار "تشکیل انجمن‌های علمی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۸,۰۶۲	۲,۵۲۳	۲,۱۹۰	۲,۳۵۷۱	بین ابزار "پخش مستمر برنامه‌های رادیویی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۴,۶۷۵	۲,۴۴۸	۲,۰۸۴	۲,۲۶۶۰	بین ابزار "پخش مستمر برنامه‌های تلویزیونی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.

همان‌طور که در جدول ۹ دیده می‌شود، فرض H₀ در این تحلیل رد می‌شود و با قطعیت ۹۵ درصد نشان داده می‌شود که در مورد ابزارهای این بخش در این تحقیق بین وضع موجود و مطلوب فاصله معنی داری وجود دارد.

ج) بررسی آزمون تی زوجی ابزارهای مؤلفه اطلاع رسانی و تبلیغات

جدول ۹. آزمون تی زوجی بین ابزارهای مؤلفه اطلاع رسانی و تبلیغات

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معنی داری	T محاسبه شده	برآورد فاصله‌ای تفاضل میانگین (۹۵ درصد)		میانگین	فرض H ₀
				حد بالا	حد پایین		
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۳۷,۷۰۷	۲,۹۲۲	۲,۶۳۰	۲,۷۷۶۷	بین ابزار "تاسیس شبکه‌های ماهواره‌ای" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۴,۴۹۹	۲,۵۸۴	۲,۱۹۷	۲,۳۹۰	بین ابزار "تبلیغ و معرفی موزه‌ها" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معنی داری	T مقایسه شده	برآورد فاصله‌ای تفاضل میانگین (۹۵ درصد)		میانگین	فرض H ₀
				حد بالا	حد پایین		
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۱,۳۸۸	۲,۴۴۸	۲,۰۳۳	۲,۲۴۱۰	بین ابزار "زنده سازی اماکن تاریخی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۳۰,۷۴۷	۲,۸۲۸	۲,۴۸۶	۲,۶۵۷۴	بین ابزار "تاسیس آژانس‌های بین‌المللی خدمات گردشگری در خارج از کشور" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۱۹,۴۵۳	۲,۲۷۴	۱,۸۵۳	۲,۰۶۴۲	بین ابزار "معرفی مناطق مستعد گردشگری برای سرمایه گذاران" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۴,۵۶۵	۲,۳۵۵	۲,۰۰۳	۲,۱۷۹۲	بین ابزار "برگزاری کنفرانس‌های علمی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۵,۳۵۵	۲,۴۴۷	۲,۰۹۲	۲,۲۷۰۲	بین ابزار "چاپ بروشورهای تبلیغاتی و ارائه آن در نمایشگاه‌های خارجی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۹,۷۳۲	۲,۷۷۷	۲,۴۳۰	۲,۶۰۳۷	بین ابزار "طراحی پورتال‌های اطلاعات گردشگری" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۵	۰,۰۰۰	۲۳,۱۷۶	۲,۷۲۴	۲,۲۹۴	۲,۵۰۹۴	بین ابزار "راه اندازی تورهای مجازی" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنا داری وجود دارد.

همان‌طور که در جدول شماره ۹ دیده می‌شود، فرض H₀ در این تحلیل رد می‌شود و با قاطعیت ۹۵ درصد نشان داده می‌شود که در مورد ابزارهای این بخش در این پژوهش بین وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.

چ) بررسی آزمون تی زوجی ابزارهای مؤلفه اعطای جوایز

جدول ۱۰. آزمون تی زوجی بین ابزارهای مؤلفه اعطای جوایز

نتیجه آزمون	میزان خطا	سطح معنی داری	میانگین	برآورد فاصله‌ای تفاضل میانگین (۹۵ درصد)		فرض H ₀	
				حد بالا	حد پایین		
H ₀ رد	۰,۰۰۵	۰,۰۰۰	۱۸,۵۶۷	۲,۲۹۳	۱,۸۵۱	۲,۰۷۲۷	بین ابزار "اعطای جوایز ویژه به تورگردان‌ها" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۰۵	۰,۰۰۰	۱۷,۷۲۵	۲,۳۸۵	۱,۹۰۵	۲,۱۴۵۴	بین ابزار "اعطای جوایز صادراتی به وارد کنندگان گردشگر" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد.
H ₀ رد	۰,۰۰۵	۰,۰۰۰	۲۰,۳۵۷	۲,۵۷۶	۲,۱۱۹	۲,۳۴۸۲	بین ابزار "اعطای جوایز ویژه به برترین‌های بخش گردشگری" در وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.

همان‌طور که در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود، فرض H₀ در این تحلیل رد می‌شود و با قاطعیت ۹۵ درصد نشان داده می‌شود که در مورد ابزارهای این بخش در این پژوهش بین وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد.

نتیجه گیری

در جهان امروز سیاست گذاری و برنامه ریزی از بخش‌های جدایی ناپذیر زندگی بشر امروزی محسوب می‌شوند، تا خط مشی وجود نداشته باشد و هدفی تنظیم نشود و راهی برای رسیدن به آن مشخص نشود، به نظر انجام هر کار دیگری غیر ممکن است. دولت‌ها ابتدا اهدافی را در نظر می‌گیرند، برای تحقق آن اهداف خط مشی گذاری می‌کنند، اجرایی موفقیت آمیز خط مشی‌ها مستلزم شناخت ابزارهای خط مشی گذاری با توجه به مجریان و جامعه مخاطب خط مشی است. گردشگری یکی از صنایعی است که می‌تواند به کشورها در دستیابی به اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیطی کمک کند. همچنین گردشگری در کشورهای همچون ایران می‌تواند اثرات پرفایده تری در خصوص اشتغال و توسعه اقتصادی داشته باشد.

در این پژوهش تلاش کردیم تا با رویکردی نوگرایانه، نقش دولت را در

گردشگری شناسایی و مفهوم پردازی کنیم. با توجه به مؤلفه‌های شناسایی شده در این مفهوم پردازی می‌توان نتیجه گرفت که شناسایی ابزارهای خط مشی گردشگری به منزله راه کاری است که دولت‌ها با بهره گیری از آن‌ها می‌توانند موجب رشد و توسعه گردشگری بشوند. در نهایت با توجه به مطالب اشاره شده در فرایند پژوهش و در پاسخ به سوال مطرح شده می‌توان گفت، محوریت اصلی فعالیت‌های دولت در گردشگری استفاده از ابزارهای خط مشی گردشگری صورت می‌گیرد که در خلال پژوهش دریافتیم که ابزارهای خط مشی گردشگری در ۳ بعد و ۱۲ مؤلفه است که دولت ایران می‌تواند با استفاده از آن‌ها می‌تواند خط مشی خود را به اجرا بگذارد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- داس ویل، راجر. (۱۳۸۷). مدیریت جهانگردی: مبانی، راهبردها و آثار. داود ایزدی و سید محمد اعرابی مترجمان. .. چاپ اول. تهران. انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی (۲۰۰۷).
- دانایی فرد، حسن. فروهی، مهشید. صالحی، علی. (۱۳۸۶). ارتقا ظرفیت کار آفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت. فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۴۲، ص ۲۲۱-۲۶۲.
- صمدیان، ابوالفضل، سید حسن حسینی، میر گانه نگیه رئوف آوا. (۱۳۸۸). نقش آموزش بر توسعه زیرساخت‌ها در صنعت گردشگری ایران. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیای انسانی. سال اول، شماره چهارم، ص ۱۰۵-۱۱۸.
- هیوز، اون (۱۳۸۶) مدیریت دولتی نوین. سید مهدی الوانی، سهراب خلیلی شورینی، غلامرضا معمارزاده تهران مترجمان. چاپ چهارم. تهران. انتشارات مروارید.
- Bramwell, Bill. (2005). Interventions and policy instruments for sustainable tourism. *In global tourism*. William F. Theobald. Third edition. Elsevier publication, p 406-432
- Costa, Cludia. C. 2011. Tourism policy instruments: an empirical analysis of Portuguese local governments. *EGPA annual conference*
- Gursoy, Dogan and Jurowski, Claudia and Uysal, Muzaffer. (2002). Resident Attitudes A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*. Volume 29:79-105.
- Hall, C.M. (1994) *Introduction to tourism in Australia: impacts, planning and development*. 2nd edition. Melborn: longman Cheshire .
- Hooi Hooi, Lean, Russell Smyth. (2006). Marketing Malaysia welcomes the world: are Malasia s tourism markets converging? Discussion Paper 26. *Department of Economics, Monash University*
- Howlett, Micheal. (2011). *Designing Public Policies: Principles and Instruments*. Publisher Routledge .
- Howlett, Michal. , Ramesh. M. Perl, Antony. (2009) . *Studying public policy, policy cycles & policy subsystems*. Third edition. Oxford University.
- Howlett, Micheal. (1998). policy subsystem configuration and policy change: operationalizing the postpositivist analysis of the politics of the policy process". *Policy studies journal*. 26.3:82-462
- Jones, O. Charles. (1984). An introduction to the study of public policy. Monterey, ca: brooks
- Micheal, ewen. 2001. Public choic and tourism analysis. *Current issues in tourism* 4, 2-4:30-48
- Monge-Gonzalez, Ricardo; Luis Rivera e Julio Rosales---Tijerino. (2010). Productive Development Policies in Costa Rica: Market Failures, Government Failures and Policy Outcomes , IDB Working Paper Series No. idb---wp--157, Inter---American Development Bank.
- Musgrave, Richard. (1989). The Voluntay Exchange Theory of Public Economy. *The Quarterly Journal of Economics* 53, 2: 37-213.
- Nohutchu, Ahmet. (2002). *Development of tourism policies in turkey throughout the republican period in socio-political, economic and administrative perspective*; from

state- sponsored development. Mugla universities.

Organisation for Economic Co-operation and Development, Swiss Tourism Policy. (2000). *Background report director for science, technology and industry Meeting on Alternatives to Traditional Regulation*, May, Paris.

Peters B. Guy, and Linder ,Steven(1991) The logic of public policy design: Linking policy actors and plausible Knowledge. *Technology & Policy. Volume 4, Numbers 1-2, 125-151*

Salmon, Charles. (1989). *Information companies managing the process of social change*. Newberry Park, Calif: Sage.

Scott, Noel.(2011). *Tourism Policy: A strategic review: Contemporary tourism reviews*. Series Editor: Chris Cooper. Goodfellow Publishers Limited, Woodeaton, Oxford.

Wanhill, Stephen .(2005). Role of government incentives. *Tourism Management 23(1): 67- 84*.

Weimer, David E Aidan Vining. (2005). *Policy Analysis Concepts and Practice*. 4th Edition. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
Unwto_Barometer_Interim. Unwto world tourism barometer .(2007). available: <http://www.unwto.org/data/highlights>.

